



NTIT 國立臺中技術學院

系所：商業設計系碩士在職專班

准考證號碼：

97 學年度碩士班考試入學暨碩士在職專班試題

科目：商業設計理論

注意事項：

1. 答案卷書寫題號依序作答，不必抄題。
2. 答案卷不可書寫任何可辨別個人姓名或特殊標記，違反者以零分計算。
3. 請於試題紙上填寫准考證號，繳卷時「試題」、「答案卷」一併繳回。

總分共 100 分

- 一、商業設計師在 web 2.0 時代應具備哪些工作能力？15%
- 二、AIDMA 為傳統的廣告消費者購買過程提供解釋模式，如今新模式有專家修正為 AISAS (attention; interest; search; action; share)，請說明該 S(search)與 S(share)之意義和實例。20%
- 三、論「Less is More」在造形設計上的意義。20%
- 四、論大甲媽祖遶境的文化行銷策略。20%
- 五、《附件一》中(a)~(e)五段文字為一篇摘要（未具論文名稱）的脫序排列，請寫出其論文名稱、合理排序的英文序碼、關鍵詞。25%

#### 《附件一》

(a) 相似包裝與原版包裝，除了大小不同之外，享有許多相同的傳播元素，包括品牌、包裝的材料、造形、色彩計畫、圖文編排等，使相似包裝之設計、生產等流程變得比較有效率。且消費者在辨識、記憶、回想這項商品或品牌時，亦會比較有效率。

(b) 本文觀察行銷實例並依據行銷學理，推論出同一品牌的相似包裝可依產品生命週期擔任產品組合的元素，最顯著的例子是把相似包裝當做試用品、贈品及延伸產品。此外，相似包裝也可以配合價格、通路而達到最佳行銷效果。

(c) 商業包裝對許多消費性產品是不可或缺的，本文將消費性產品上市時的商業包裝定義為原版包裝。若將原版包裝加以縮放並視需要進行局部修改，而消費者仍能看出它與原版包裝的相似性，則該新包裝定義為相似包裝。

(d) 相似包裝的成形方式有四種操作方法：(1)三軸向等比例放大；(2)三軸向等比例放大，但局部改變，(3)局部不變，餘三軸向等比例放大；(4)局部不變，餘做仿似比例放大。當相似包裝係原版包裝之縮小操作者，稱為縮小版相似包裝；其為放大操作，稱為放大版相似包裝。

(e) 商業包裝在行銷學上被列為行銷組合之推廣組合的重要元素。行銷組合有四個元素，即產品、通路、價格及推廣，簡稱為 4P，在做行銷組合時，各元素雖有各自的組合，但須依據產品的生命週期來考量，換言之，行銷組合須配合產品生命週期來運作。由於商業包裝是產品的重要組成部份，也是推廣的元素，故其與產品生命週期有密切關係。依此觀點，相似包裝脫胎於原版包裝（即商業包裝），應可成為產品生命週期的行銷組合中的一個元素。